



HOYA 株式会社

2026 年 3 月期 第 2 四半期決算説明会

2025 年 10 月 31 日

[登壇者]

取締役 兼 代表執行役 CEO	池田 英一郎（以下、池田）
取締役 兼 代表執行役 CFO	廣岡 亮（以下、廣岡）
執行役 CSO	中川 知子（以下、中川）

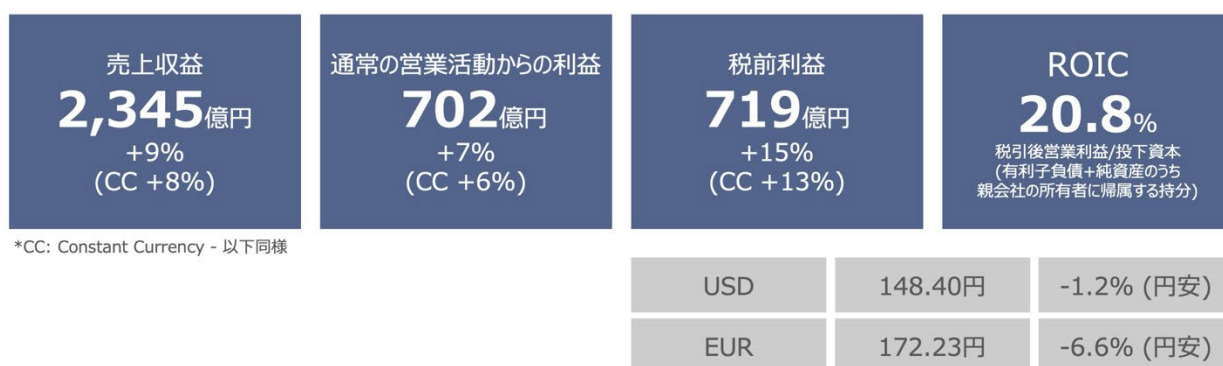
司会：HOYA 株式会社 2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会を開始いたします。

本日の当社側からの出席者は、取締役代表執行役 CEO の池田英一郎、取締役代表執行役 CFO の廣岡亮、執行役 CSO の中川知子の 3 名です。はじめに、廣岡より業績ならびに各事業の概況をご説明申し上げます。

FY25 Q2 連結業績



- ・【売上収益】ライフケア事業、情報・通信事業ともに堅調に推移し、過去最高の四半期売上を達成。
- ・【通常の営業活動からの利益】利益についても、情報・通信事業のモメンタムが継続し、過去最高益を更新。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

4

廣岡：Q2 の結果をご説明いたします。売上収益は 2,345 億円、前年同期比 9%の増収、為替ニュートラルで 8%の増収でした。通常の営業活動からの利益は 702 億円、7%の増益、為替ニュートラルで 6%となりました。税前利益は 719 億円、ROIC は 20.8%でした。

売上収益はライフケア、情報・通信、双方ともしっかりと伸ばすことができました。

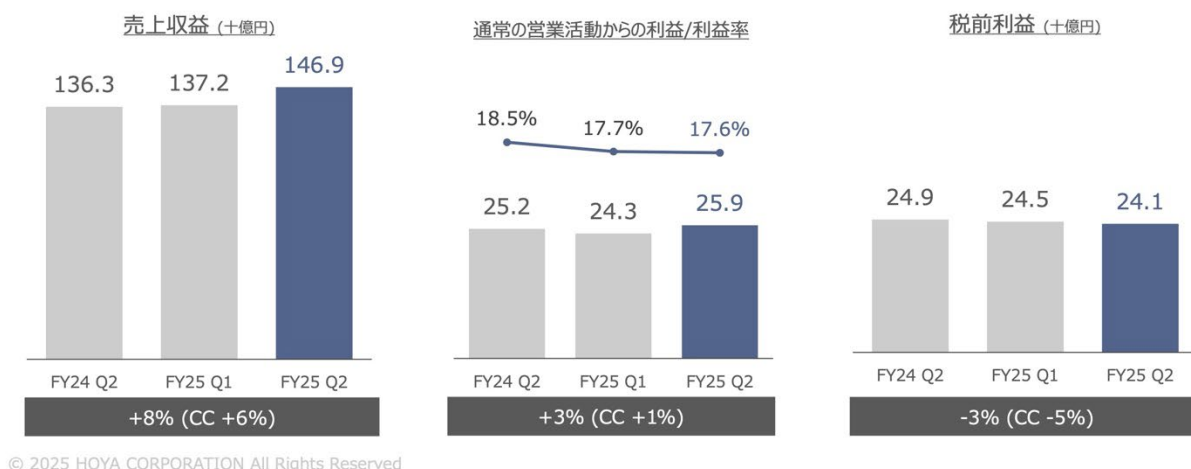
通常の営業活動からの利益については、特に情報・通信で、しっかりと需要を取り込んだことで利益貢献が大きかった状況で、売上も通常の営業活動からの利益も、四半期ベースで過去最高となりました。

税前利益については、前年 Q2 においては為替差損が 38 億円出ていた一方で今期は為替差益が少し出たため、2 桁以上の伸びと通常の営業活動からの利益に比べて増益幅が大きくなっています。

ライフケア事業概況



- ・【売上収益】主要製品が軒並み増収、なかでも二桁成長を達成したメガネレンズがセグメント全体の売上成長をけん引した。
- ・【通常の営業活動からの利益】顧客/製品ミックスにより、利益率はやや低下したものの、売上増により増益を確保した。



5

続きまして事業セグメント別、ライフケア事業についてご説明します。

売上収益は 1,469 億円、前年同期比 8%の増収、為替ニュートラルで 6%の増収でした。

通常の営業活動からの利益は 259 億円で、前年同期比 3%、為替ニュートラルで 1%の増益、利益率は 17.6%でした。税前利益は 241 億円と前年同期比マイナスでした。

売上については、事業によって良いところと悪いところがあり、メディカル関連は、やや苦戦をした一方、メガネレンズやコンタクトレンズは、しっかりと伸ばすことができ、為替ニュートラルでも 6%と、しっかりと安定成長することができました。

通常の営業活動からの利益は顧客ミックスの影響などがあり Q1 からほぼ横ばいでしたが、下期に向けて収益力を着実に上げていく活動をおこなっています。

税前利益については、事業の収益力を上げるべく当四半期において拠点の統廃合や組織再編を進めたことに伴う費用が発生したことにより、前年に比べてマイナスとなっている状況です。

ライフケア事業 製品別概況：メガネレンズ

売上成長率
+10%
(CC +7%)

- ・ 欧州市場において累進レンズやコーティングなどの付加価値製品が好調に推移
- ・ ドイツやカナダで実施したボルトオンM&Aも売上拡大に貢献した
- ・ フランスにおいて保険償還対象となったMiYOSMARTの需要が急増。今後も市場ごとにきめ細かい展開を図っていく。



それでは製品別に説明していきます。まず、メガネレンズです。

売上の成長率は10%、為替ニュートラルで7%でした。市場全体がそれなりに良かったところもありますが、その中において特に欧州と日本をしっかりと伸ばせましたし、ボルトオンのM&Aの効果もあって、為替ニュートラルで7%としっかりと伸ばすことができました。

近視進行抑制レンズ MiYOSMART については、フランスで保険償還対象になったことが売上成長につながるなど、多くの国で売上が増えており、今まで製品の成長をけん引してきた中国のウェイトが減ってきています。また、市場によって対応はいろいろと異なっており、既に販売できる市場もあれば、これから準備をして許認可を取っていかねばいけない市場もあります。こうした点を踏まえて、今後もそれぞれの国と市場にきめ細かく対応し、売上成長を図っていきたいと考えています。

ライフケア事業 製品別概況：コンタクトレンズ（アイシティ）

売上成長率
+5%
(CC +5%)

- ・ プライベートブランド品や定期便がリテンション向上に貢献
- ・ SiHyなど高性能素材や多焦点レンズといった高付加価値製品の販売拡大のトレンドが継続
- ・ Q2は3店舗出店、上期は計7店の新規出店となった。今後も出店攻勢により新規顧客開拓を推進



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

7

続きましてコンタクトレンズの小売、アイシティについては顧客のニーズに合った製品や定期便のようなサービスを提供することで、売上成長 5%と底堅く成長することができています。

製品ラインナップも増やしていき、引き続き顧客のニーズに応えることが重要だと考えていますし、店舗も引き続き増やしていきたいと思っています。

上期は 7 店舗の新規店舗とけして多くはないのですが、むやみに出店してカニバリを起こすようなことは避け、収益力を維持しながら拡大を図ってまいります。

ライフケア事業 製品別概況：内視鏡

売上成長率
+3%
(CC -1%)

- 主要市場である欧州の需要が安定的に推移
- 中国市場は前期の水準が低いため増収も、反腐敗運動が引き続き販売活動に影響
- 製品や顧客セグメントの選択と集中の一環で、治療用手術器具事業の売却や工場の統廃合などを実施。構造改革を通じた収益性向上を図る



内視鏡につきましては、売上成長 3%、為替ニュートラルでマイナス 1%ということで、ほぼフラットという状況でした。

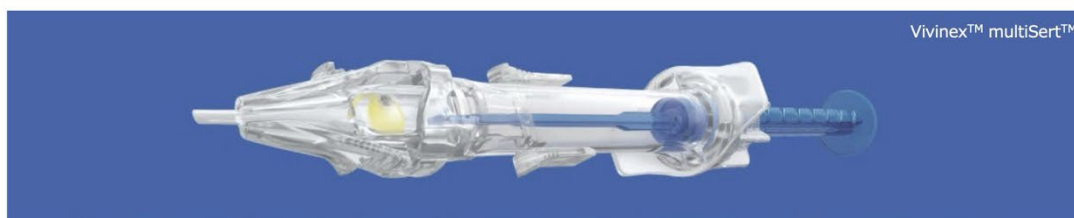
市場全体がそれほど強くなかった中、欧州は比較的良かったのですが、それ以外の地域をあまり伸ばすことができなかったため、ほぼ横ばいのような状況です。

現在、この事業ではコア製品に資源を集中するとともに、工場や拠点の統廃合を通じて、着実に収益力を上げていく活動にフォーカスをしており、来年度以降で一定の効果を目指していきたいと思っています。

ライフケア事業 製品別概況：眼内レンズ

売上成長率
+3%
(CC +0%)

- 日本は新製品投入効果もあり、病院・クリニック向けともに販売が堅調。欧州は基幹システム入れ替え時の混乱が収束し、需要の回復が進展
- 中国は引き続きNVBPの影響が継続
- 三焦点レンズをはじめとするATOLの拡販、病院のターゲティングなど中国戦略の再構築に注力



眼内レンズについては売上成長が3%、為替ニュートラルでほぼフラットでした。

事業全体としてフラットではありますが、基本的に状況はそれほど悪いわけではなく、中国市場が課題です。政府による集中購買制度により価格はもちろんのこと、市場自体に変化が起きており、当社として現状中国市場向けに提供できる製品の需要が芳しくなく、減収となっています。ただ、中国以外の地域は非常に好調でした。日本もしっかり成長できましたし、欧州もQ1では基幹システムの入れ替えでトラブルがあったのですが、Q2に前年同期比2桁以上の成長ができました。

グローバルでは売上はフラットでしたが、全般的に見れば、いろいろな国でしっかりと成長ができている状況です。

ライフケア事業 製品別概況：人工骨ほか

売上成長率
+5%
(CC +3%)

- ・ クロマトグラフィー担体の顧客における在庫調整が継続したものの、内視鏡洗浄機や、腹腔鏡手術器具が堅調に推移し、全体で増収となった
- ・ 新製品開発と販売体制強化によって、TAMの拡大を目指す



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

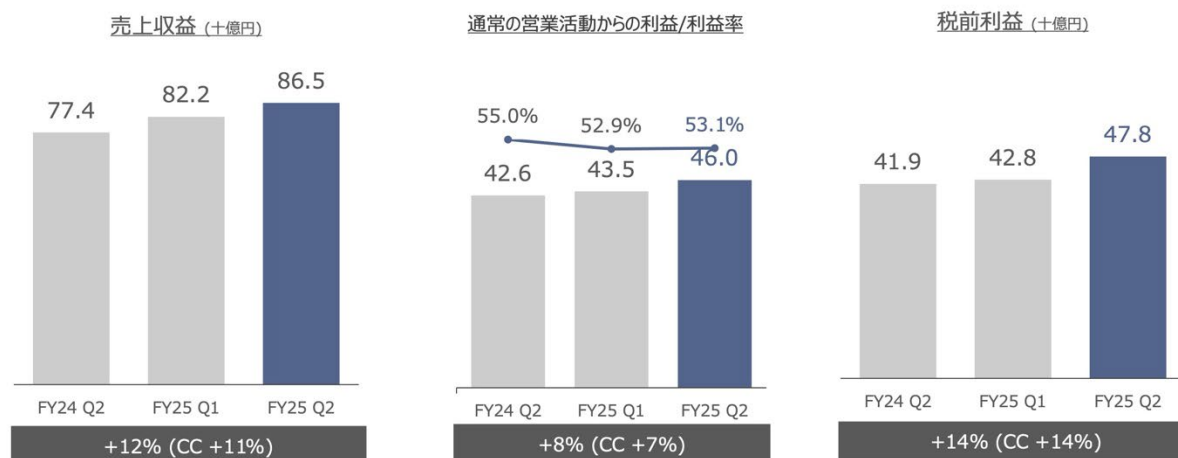
10

続きまして、人工骨やその他の医療機器となります。売上成長率は6%、為替ニュートラルでは3%となりました。製品によって売上成長率は濃淡がありましたが、セグメント全体としては前年と比べて成長できている状況です。

情報・通信事業概況



- ・【売上収益】ブランクやHDD基板の需要が高水準で継続したことに加え、映像売上が急拡大し、二桁成長を達成した。
- ・【通常の営業活動からの利益】FPDの中国工場立ち上げに伴い引き続きQoQで償却費が増加したものの、映像の売上拡大等により、YoYで大幅な増益となった。



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

11

次に情報・通信事業です。

売上収益は 865 億円、前年から比べて 2 桁の成長ができました。通常の営業活動からの利益は 460 億円で、前年同期比 8%、為替ニュートラルでは 7%増益、利益率は 53.1%でした。税前利益は 478 億円で、前年同期比 14%上がっています。

売上については全般的にしっかりと成長していて、特にブランクと HDD サブストレートの需要が旺盛で、引き続き成長できています。また、前回の決算発表時にも触れましたが、映像関連製品の売上が非常に好調だったことあり、情報・通信事業全体で 2 桁成長となりました。

通常の営業活動からの利益については、FPD の中国工場が順次立ち上がり、製造ラインも増え、生産能力を増強しますので、償却費の負担が増加していますが、その負担を吸収し、情報・通信全体として利益をしっかりと成長させることができました。利益率は前年と比べて若干下がりましたが、金額としては大きな増益幅となっています。

税前利益については、前年同期に為替損があった一方、今期は小さいながらも為替益があったため、通常の営業活動からの利益よりも増益幅が大きくなりました。

情報・通信事業 製品別概況：LSI

売上成長率
+13%
(CC +12%)

- 既存顧客において開発需要が高位継続、またハイエンド製品において顧客数が増加し、EUVブランクスは2桁の増収
- 堅調な半導体市場にけん引され、DUVブランクスも二桁増収
- 生成AI向けをはじめとする半導体開発需要に対応すべく、継続的にEUVブランクの生産キャパシティを拡大していく



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

12

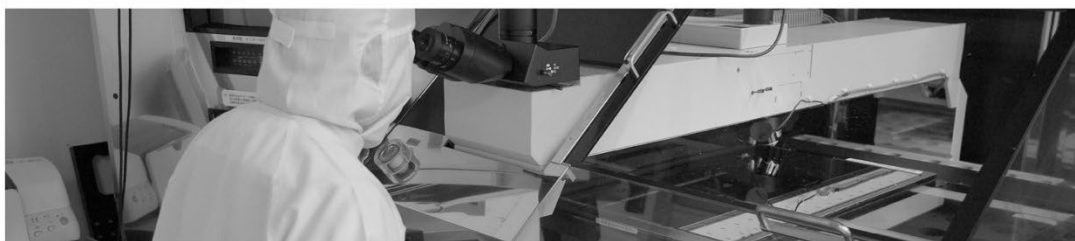
LSI は売上成長率が 2 桁以上となりました。EUV、DUV とともに非常に好調で、両製品とも 2 桁の成長をしています。

EUV については、ハイエンド製品については顧客数が増えるなど、市場をしっかりと押さえていくことができています。

情報・通信事業 製品別概況：FPD

売上成長率
+5%
(CC +6%)

- スマートフォン向けのフォールダブルディスプレイ等の研究開発需要が継続。また、高精度LCD向けマスクの販売も好調だった
- VR向け高解像パネルや車載向けパネルなどのIT OLED需要も増加
- 引き続き、スマートフォン向けや今後拡大が期待されるIT OLED向け需要を着実に取り込んでいく



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

13

大型パネル向け FPD フォトマスクは、売上成長率 5%、為替ニュートラルで 6%の増収となっています。

前年は中国工場立ち上げに先だって装置の入れ替えなどをおこなったことで生産キャパシティが低下していましたが、今期は生産能力を戻しつつあり、再び成長に転じることができています。今後まだ稼働率を上げる余地がありますし、また高精度品の需要を着実に取り込んでいきたいと思っています。

情報・通信事業 製品別概況：HDD基板

売上成長率
+4%
(CC +3%)

- 民生機向け2.5"基板は大幅減収となった（想定比インライン）一方、ニアライン向け3.5"基板は高い需要が継続
- ニアライン向け3.5"基板の新規顧客を獲得。同社よりガラス基板12枚モデルの計画が発表された
- ニアラインHDDに対する顧客のビジビリティが改善しており、強い需要が当面継続する見通し



HDD サブストレートについては、売上の成長率が 4%、為替ニュートラルで 3%となりました。

以前からご説明しているとおり 2.5 インチは大幅減収となった一方、3.5 インチのニアライン向けは引き続き需要が強く 2 桁以上の成長となり、2.5 インチの減収をカバーしている状況です。

また先般、HDD メーカーからガラス基板採用の発表があり、Q2 においては売上に貢献していませんが、着実に顧客数を増やしていく活動もできております。今後、新規顧客からの需要をしっかりと取り込んでいきたいと思っています。

また、供給責任を果たすために、製造ラインを増やしていくことも検討しています。過剰投資にならないよう、タイミングをしっかりと見計らいながら、増産投資をしていきたいと思っています。

情報・通信事業 製品別概況：映像

売上成長率
+31%
(CC +30%)

- データセンター向け光アイソレータ用偏光ガラス（CUPO）やスマートグラス向けレンズの需要が急増により力強い増収を達成
- デジタルカメラ向け交換レンズ事業は高付加価値製品に集中し、安定収益を確保。並行して、CUPOやスマートグラス向けレンズなど成長分野への開発・量産体制を強化
- 新規用途向けも含め、高屈折率・高透過率・軽量化を実現する素材の開発に引き続き注力



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

15

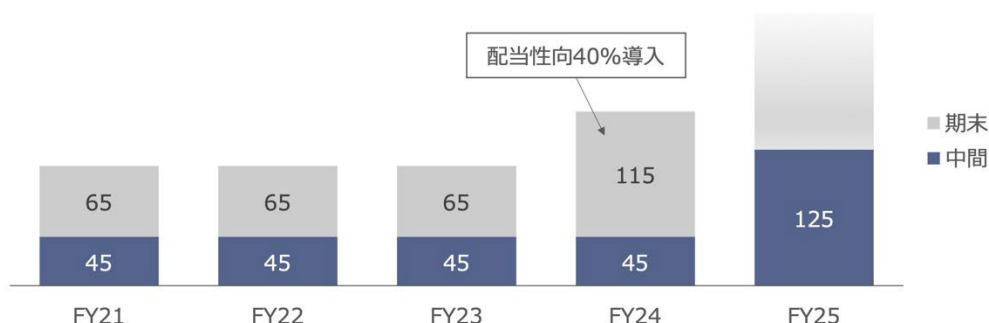
映像について 30%の増収となりました。

当セグメントはカメラ向けの売上が多く、構造的に市場が縮小するなかで、収益力を上げることにフォーカスをしてきた事業ですが、この1-2年はカメラ以外の用途が伸び、成長に転じています。カメラ以外のさまざまな用途が総じて増収となったため非常に強い増収率となりましたが、今後も継続的に30%成長するとは思っていません。当四半期は少し出来過ぎであったことはお伝えしたいと思います。それぞれの用途で波はありますし、一時的に需要が増加したもの、今後も継続的に成長するものなどが混ざっています。重要なことは、今後もこれらの用途で材料であれレンズであれ、顧客から声をかけてもらって、需要をしっかりと取り込んでいくこととなります。

株主還元

- 中間配当は本年5月に発表した新配当方針に基づき、125円とすることを決議。なお、本年は通期での配当性向40%の方針適用の初年度となる。
- 8月下旬より1,000億円を上限とする自社株買いを実施中。買付はスピーディーに進捗。

配当の推移 (円)



© 2025 HOYA CORPORATION All Rights Reserved

16

株主還元については、本日の取締役会において中間配当の決議をしました。年初に発表した配当方針に沿って、上期の利益に対して40%ということで、125円にしています。

また、8月下旬に自己株式取得の発表をしましたが、9月末の時点では約半分ぐらいの進捗率となっており、10月以降も引き続き自己株式取得を進めている状況です。

司会：続きまして、CSOの中川より、ESGのアップデートにつきご説明申し上げます。

これまでのESG活動の総括

ESG推進体制の整備

- 2022年のCSO就任以降、社内のESG推進体制を整備
- 執行役のPSUにおいてESG指標のウェイトを拡大 (15%→25%)
- 各事業部長の評価指標にもESGを採用

事業活動の中にESG活動が組み込まれる仕組みを構築

外部評価の恒常的な改善

- GPIF ESGインデックスへの採用数が増加
2023 4指標 ▶ 2025 5指標
- CDP評価（気候変動）の改善
2023* C ▶ 2025* B (2ランクアップ)
*結果公表年
- MSCI 2022年以降最上位AAAを維持
- ISS ESG 2025年プライム評価を獲得

社内意識の向上

- ESGを企業競争力を高める重要な戦略として位置づけ、全社的に活動を推進
- HOYA ESG AWARD（ESG活動の社内表彰制度）へのプロジェクト応募数が毎年40-50件に上り、活動が活発化



18

中川：サステナビリティを担当しております中川です。

2022 年から ESG 活動の強化を進めてきておりますが、少しずつ効果が出てきています。

外部評価については、開示内容の充実といったところが中心となりますが、年々少しずつランクアップしているところです。

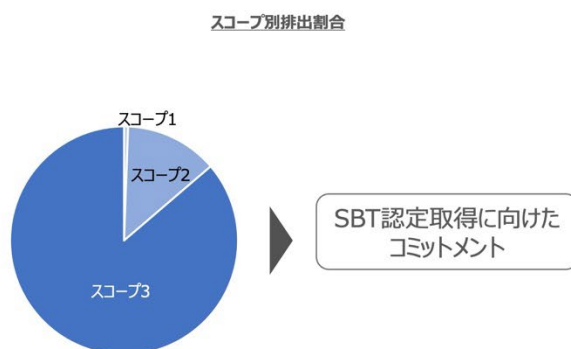
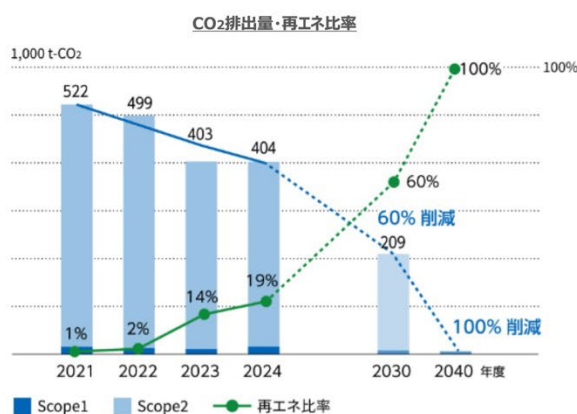
また、ESG 推進体制については、CSO というポジションが 2022 年にでき、その後、事業部ごと、また本社の中に ESG 専任部門を設置して活動しております。また、執行役の PSU においても、ESG 指標を報酬委員会で決め、実効性を高めています。

社内の意識向上にも注力しており、その一環として、毎年 ESG AWARD という表彰の場を設け、各事業部から ESG に関連するプロジェクトの結果を発表してもらっています。本年も、来週に ESG AWARD を開催する予定で、40 件弱の応募が来ています。

Environmental (環境)



- ・ スコープ1,2は、生産量増加の中でも減少 再エネ比率も着実に向上
- ・ スコープ3の開示拡大 SBT認定取得に向けたコミットメントを表明
- ・ 生産拠点で水使用削減が進み、取水量は基準年比16%減 例) マスクブランク製造過程での水削減の工夫



はじめに、環境についてですが、スコープ1、2につきましては、生産量が増加をしている中でも減少傾向にあります。最初にやるべきこととしては、生産設備を省エネタイプに変えていくことがあります。また、当社のスコープ1、2の割合でいいますと、使用電力由来のスコープ2が97%となっていますので、電力をいかに再エネ化するかが一番重要です。

選択肢として非化石証書も使っている部分もありますが、工場の屋根に太陽光パネルを設置しています。ただ、使用電力の5%程度、うまくいって10%の電力をカバーできる程度ですので、オフサ

イト PPA も検討しています。これらの取り組みで 2030 年には再エネ比率 60%を目指しています。

また、本年は統合報告書にて、CO₂ 排出量についてスコープ 3 の対象となる全カテゴリーを開示することができました。スコープ 3 が把握できましたので、次のステップとして、SBT 認証取得に向けたコミットメントを表明しております。コミットメントを表明してから 2 年以内に削減計画を策定することになりますので、スコープ 3 についても削減計画を立てていく予定です。

また、事業部によってはかなり水を使用しますので、水の使用量削減も重要です。取水量につきましては、基準年の 2021 年との比較で、本年は 16%減となっています。これは取水量を減らすというよりは、リサイクル率を上げることで得られた成果となっています。

Social（社会）



- エンゲージメントサーベイの結果を活かした職場環境の改善を実行中
- 2028年のCSRD初年度開示に向け、システムを活用したグローバル一元管理により人事関連データの正確性と信頼性の向上に注力中。その過程で、グローバルデータ開示を段階的に拡充（離職率、年齢構成など）
- 眼の健康に関するポータルサイト「Support Vision」の開設 MiYOSMARTの販売により社会課題の解決に貢献



社会の観点からは、エンゲージメントサーベイを 2 年に一度実施しており、事業所ごとの定点変化を見たうえで、それぞれの職場に合った施策を実行しております。

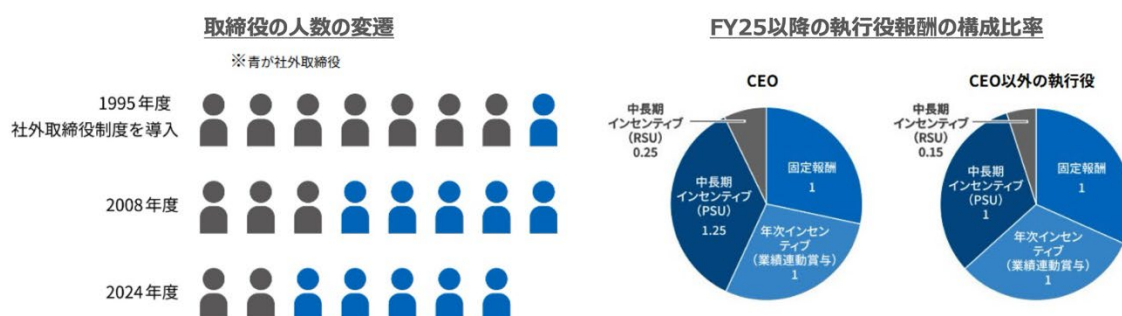
また、人的資源に関する情報開示については、当初、初年度開示が 2026 年に予定されていたヨーロッパの CSRD に向けて体制を整えていたのですが、初年度開示が 2 年延期の 2028 年となりましたので、そこに向けて人事・社員のデータの収集・整理を進めています。そういった作業を続けている中で、システムを活用して、なるべくデータの正確性を上げていく活動を継続して続けています。

また、当社グループでは眼科領域、特に視力の向上をメインにしている事業が多いものですから、HOYA グループ全体として、眼の健康を重要な社会課題の一つとして設定しています。以上の背景から、コーポレートサイトに「Support Vision」という目の健康に関する情報を提供するページを開設しています。

Governance（ガバナンス）



- 強靱なガバナンス体制は不変
- より中長期目線での経営を意識づけるとともに、国内外のグローバル企業と比較して競争力のある報酬水準・報酬構成とすることで優秀な人材を確保することを目的に、執行役報酬制度を一部改訂（中長期インセンティブ「RSU」を追加）



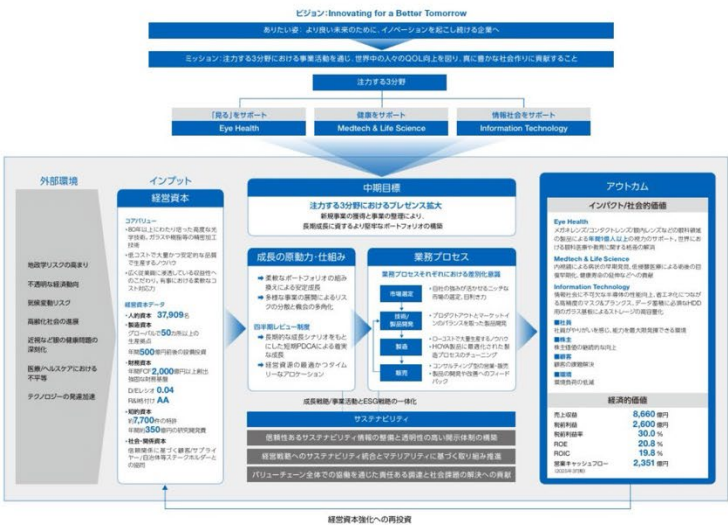
ガバナンスについては、当社は会社法が改正となったときから、指名委員会等設置会社に移行しており、また当初から取締役会をモニタリングボードと明確に位置付けています。

そういった体制は変わらないままで、現在は社外取締役 5 名、社内取締役 2 名の体制を取っております。

そのような体制下で、社外取締役 5 名で構成される報酬委員会ではグローバル企業と比較して競争力のある報酬体制を考えていて、ESG 指標を入れるとか、中長期インセンティブを追加するといった活動をしていただいています。

HOYAの価値創造

眼科領域やITインフラに関連する製品・サービスを通じて社会課題解決に貢献しつつ、ESGの観点から事業運営を推進し、中長期的な株主価値の継続的拡大を目指しています。



こちらは統合報告書に記載されている価値創造プロセスになりますが、当社のさまざまな強みを活かしたかたちで成長を目指すとともに、社会課題の解決に貢献する活動を行っています。

また、当社は多種多様な事業があるため、統一的に言いづらいところではありますが、各事業がその持ちうる技術ないし領域において社会課題の解決に資するような活動を続けています。

質疑応答

司会 [M]：それでは、質疑応答に移ります。吉田さん、お願いいたします。

吉田 [Q]：CLSA 証券の吉田と申します。LSI と HDD 基板の成長率イメージと、今後成長率が加速するタイミングについて見解を教えてください。

池田 [A]：基本的に Q3 から来年上期にかけて、今の高い需要が続く見通しです。HDD 基板については、来期の下期、おそらく Q4 くらいから新規顧客の売上が入ってきますが、新製品 1 機種での採用ですので、いっきに需要が増えるものではありません。EUV ブランクスについても、顧客数が増えています、同様に需要が急に増えるものではなく、当面は同様の水準の需要が続くと見えています。

吉田 [Q]：今回、投資の売却による収入が 400 億円程度ありますが、これはキオクシア株の売却を進めているということでしょうか。キオクシア株はどれぐらい残っていて、また売却によって得たキャッシュの用途は、今後どう考えればいいのかお聞かせください。

廣岡 [A]：キオクシア株式で、売り切りました。キャッシュに色が付いているわけではありませんが、現在実施中の自己株取得の資金に充てています。

吉田 [M]：わかりました、ありがとうございます。

司会 [M]：続きまして芝野さん、お願いいたします。

芝野 [Q]：シティグループ証券の芝野です。ニアライン向け HDD は QoQ ではどれくらい増加したのでしょうか？また、Q4 は前年同様、季節性からの調整はないと考えてよろしいのでしょうか？

廣岡 [A]：YoY, QoQ とともに二桁で伸びています。

池田 [A]：前年 Q4 はラオス工場の再稼働の過程で、当初は想定よりも供給量がやや足りていない状況でした。そういった状況でしたので、ベトナムでのテト休暇を返上して対応をおこないました。今期は通常の季節性ほど落ちないものの、前年ほどフル稼働ではない、中間ぐらいの状況になるかと思います。

芝野 [Q]：HDD の既存顧客のビジビリティが 2026 年下期まで、場合によっては 2027 年も強そうと、全体的に延長されている感じがしますが、どのように見られていますか？

池田 [A]：今のところ 2026 年は非常に見通しが良い状況です。2027 年まではなかなかわかりませんが、少なくとも現状において需要が落ち込む傾向や兆候は見られていません。

芝野 [Q]：医療デバイスの売却や工場の統廃合など、内視鏡でおこなわれている構造改革は今、何
合目くらいで、時間軸として効果が見えてくるのはいつくらいでしょうか？

池田 [A]：構造改革でやるべき意思決定は 7-8 割できていて、あとは実行のみというところです。
工場の統廃合については、許認可の関係で一時的に稼働時期がダブってしまいますので、短期的に
業績にはマイナスとなりますが、来期の Q4 くらいには何らかの数字的な効果を出したいと考えて
います。

芝野 [Q]：HDD 基板の新規顧客や内視鏡の構造改革の点を踏まえると、来下期に一段と利益が増
えるビジビリティが増しているのでしょうか？

池田 [A]：そうですね。HDD 基板も内視鏡もそれぞれそういった構造になるようにはしていて、
あとはエグゼキューションがどうなるかということになります。

芝野 [M]：わかりました、ありがとうございます。

司会 [M]：それでは中村さん、お願いいたします。

中村 [Q]：ゴールドマン・サックス証券の中村です。2 点、お願いします。LSI、HDD 基板ともに
新規顧客を獲得したとのことですが、今までの 10%+ α という成長目線に変化はありますでし
ょうか？

池田 [A]：最初のご質問と同じ答えになってしまいますが、HDD 基板については 2 社目、3 社目が
ガラス基板を使い始めると売上は増えますが、最新機種のみがガラス基板に変わりますので、急に
成長率が上がることは想定していません。EUV ブランクスについても、顧客が増えており多少は
プラスになるとは思いますが、当社は市場シェアが高く、アプリケーションを問わず、またいずれ
のファウンドリが使うにしても、当社のブランクスを使っていただく構造にはなっていると思いま
す。顧客数が増えることで多少プラスになることはあっても、大幅に成長率が変わるわけではない
と考えています。

中村 [Q]：HDD 基板の新規顧客、2 社目からの売上は来年下期からでしょうか？

池田 [A]：はい、その見通しです。

中村 [Q]：3 社目とも HAMR の認証をかなり前倒しで進めている話が出ていると思うのですが、
この辺りのビジビリティはいかがでしょうか。

池田 [A]：以前から、3 社目は 2 社目の顧客化から少なくとも 1 年先と申し上げていましたが、そ
こはあまり変わらないと思います。他方、2 社目の顧客は基板を 12 枚使用する計画であることが

示唆しているように、例えば HAMR が何らかの技術的課題で遅れた場合に、ガラス基板を使用し多枚数化の方向性もありうると思います。枚数増に伴う薄板化の観点においても物理的にアルミからガラスに変えるべき段階に来ているのだと思います。

中村 [Q]：ライフケア事業の利益率がベンチマークを下回っていますが、下期には再び 19%-20% のレンジに戻りそうでしょうか？

池田 [A]：株式市場で期待はあったようですが Q2 はもともと戻らないとご説明していました。下期には四半期ごとに徐々に戻していくつもりです。

中村 [M]：わかりました、ありがとうございます。

司会 [M]：続きまして中名生さん、お願いいたします。

中名生 [Q]：ジェフリーズの中名生です。よろしくお願いします。映像事業におけるスマートグラス向け製品の規模感、成長率はどれくらいでしょうか。競合はスマートグラスがかなり業績に寄与しているようですが、当社のメガネレンズ事業の観点での考え方も併せて教えてください。

池田 [A]：個別製品の売上や成長率は開示していませんが、大まかに言いますと、カメラ関連の売上は前年からほとんど変わらず、それ以外の用途は 50% ほど成長しました。そのなかにスマートグラス向けの製品が含まれています。競合は最終製品としてのスマートグラスを展開していますが、当社では手がけていないフレームやデザインの領域と認識しておりますので、最終製品を手がけるつもりはありません。スマートグラスにはカメラが搭載されているケースが多く、これに向けたカメラレンズ、そして AR 向けの導光板のような光学部材、視力矯正用のレンズと 3 つの категорияで携わってまいります。

中名生 [M]：ありがとうございます。

司会 [M]：続きまして、桂さん、お願いいたします。

桂 [Q]：お世話になります。SMBC 日興証券の桂です。ライフケア事業の税前利益が減益だった背景として、構造改革費用を挙げられていました。これらの規模感と、年間にした場合、どれくらいになるか教えてください。

廣岡 [A]：まず、年間を通して同じような費用が続く想定ではなく、Q2 で発生した費用が大部分になる見込みです。決算補足資料の 18 ページにライフケア事業の差異要因を掲載しており、そのなかの「その他の損益」の大部分が構造改革費用と捉えていただければと思います。

桂 [Q]：設備投資や減価償却の今後の見通しはどうでしょうか？

廣岡 [A]：今期の年間の設備投資は意思決定ベースで 550 億円、6-7 割は LSI や HDD 基板など情報・通信事業関連の見込みです。減価償却については、為替変動にもよりますが、500 億円超えるぐらいの見込みです。Q2 の減価償却費からさらに増えるイメージではありません。

桂 [M]：イメージができました。ありがとうございます。

司会 [M]：最後に吉岡さん、お願いいたします。

吉岡 [Q]：野村證券の吉岡です。HDD の需給がタイトで、メーカーは値上げをしていますが、当社もガラス基板の値上げを将来的に認めてもらう可能性はありますでしょうか？

池田 [A]：新製品が出れば、当然そこには開発費用や付加価値が載っていますから、価格を上げる機会になると思います。例えば HAMR の次のモデルですとか、多枚数化においては板厚をより薄くする必要がありますから、価格を上げる機会となります。しかしながら、現在アルミ基板を使っている HDD メーカーの観点からは、アルミはガラスよりも安価なため、価格競争力の観点から大幅な値上げは難しいと考えています。

吉岡 [M]：ありがとうございます。理解できました。

司会 [M]：それでは、お時間になりましたので、以上をもちまして本日の決算説明会を終了いたします。本日は皆様、お忙しい中ご参加いただき、ありがとうございました。

[了]
